

Migrantenökonomien: ein Weg zur ökonomischen Integration von Geflüchteten?

Berwing, Stefan

Veröffentlichungsversion / Published Version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Berwing, S. (2019). Migrantenökonomien: ein Weg zur ökonomischen Integration von Geflüchteten? *Stadtforschung und Statistik : Zeitschrift des Verbandes Deutscher Städtestatistiker*, 32(2), 21-27. <https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-64108-9>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-NC-ND Lizenz (Namensnennung-Nicht-kommerziell-Keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-NC-ND Licence (Attribution-Non Commercial-NoDerivatives). For more information see:
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0>

Stefan Berwing

Migrantenökonomien: Ein Weg zur ökonomischen Integration von Geflüchteten?

Der Beitrag fragt, welche Wege Migrantenökonomien zur Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten bieten können. Dazu wird gezeigt, dass Migrantenunternehmen längst räumliche und ökonomische Nischen verlassen haben. Um aber jenseits von Nischenmärkten bestehen zu können, sind Institutionen- und Marktkenntnisse notwendig, über die Geflüchtete in den meisten Fällen nicht verfügen. Aus diesem Grund ist der Beitrag von Migrantenökonomien zur Arbeitsmarktintegration eher in der Beschäftigung von Geflüchteten zu sehen als in Existenzgründungen durch Geflüchtete.

Stefan Berwing

Diplom Geograph, war bis 2018 Mitarbeiter des Instituts für Mittelstandsforschung der Universität Mannheim. Er ist seit 2019 Leiter des Referats „Bildungsberichterstattung und Bildungsmonitoring“ am Bayerischen Landesamt für Schule.
berwing@las.bayern.de

Schlüsselwörter:

Arbeitsmarktintegration – Existenzgründer – Geflüchtete – Großstadt – kleinräumige Analyse – Segregation – Methodentriangulation – Migrantenökonomie

Einleitung

Deutschland verzeichnete im Zeitraum von 2015 bis Ende des ersten Halbjahr 2018 ein positives Wanderungssaldo von rund 1,7 Millionen Personen aus Drittstaaten außerhalb der Europäischen Union. Unter diesen Drittstaatsangehörigen befindet sich eine Vielzahl von Geflüchteten. Insgesamt verzeichnete das Ausländerzentralregister Ende 2017 1,1 Millionen anerkannte Schutzsuchende, die in naher Zukunft nicht in ihre Heimatländer zurückkehren können (BAMF 2017). Die Frage, wie eine Integration dieser Personengruppe in den Arbeitsmarkt gelingen kann, ist eine wichtige Aufgabe der Arbeitsmarktforschung. Ein Weg der Arbeitsmarktintegration, der in der Fachöffentlichkeit diskutiert wird, ist das sogenannte Refugee-Entrepreneurship (Heilbrunn et al 2019). Hinter diesem Schlagwort steht die Idee, das Gründungspotenzial von Geflüchteten als Möglichkeit zur Arbeitsmarktintegration zu nutzen.¹

Dass Immigranten unternehmerische Selbstständigkeit als Weg der ökonomischen Teilhabe in den Ankunftsgesellschaften nutzen, ist kein neues Phänomen und wird unter dem Begriff der Migrantenökonomien seit den 80er Jahren diskutiert. Vor diesem Hintergrund scheint es lohnenswert, den Status Quo zu betrachten und sich zu fragen, wie sich migrantisches Unternehmertum bisher ausgestaltet. Um das ökonomische Potenzial von Migrantenökonomien zu beurteilen, geht der Beitrag daher zunächst darauf ein, wie Migrantenökonomien in Deutschland bisher thematisiert wurden. Eine besondere Rolle im öffentlichen Diskurs um migrantisches Unternehmertum spielt dabei die Vorstellung, dass Migrantenökonomien vor allen Dingen in räumlichen und ethnischen Nischen zu finden seien. Dagegen zeigt der Beitrag empirisch, dass Migrantenunternehmen längst den Breakout aus räumlichen und ethnischen Nischen geschafft haben und diskutiert das Potenzial von Migrantenökonomien für die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten.

Migrantenökonomien in der deutschsprachige Forschung

Im Vergleich zu den USA, Großbritannien oder den Niederlanden hat sich in Deutschland nie eine eigenständige Theoriediskussion um das Thema Migrantenökonomie entwickelt. Vielmehr wird auf unterschiedliche Theorieansätze zurück-

gegriffen, wobei in Anlehnung an den US-Diskurs, drei verschiedene theoretische Konzepte angeführt werden, um die unternehmerische Aktivität von Migranten zu erklären (z. B. Schutkin 2000; Floeting et al 2004; Caner 2013). Das „Nischen- oder Ergänzungsmodell“ geht davon aus, dass migrantisches Unternehmertum in ethnischen Nischen gedeiht, das „Reaktionsmodell“ betrachtet vor allen Dingen die Bedingungen in der Ankunfts-gesellschaft und das sogenannte „Kulturmodell“ legt kulturelle Faktoren für stärkere Selbstständigkeitsneigungen zugrunde.

Ausgehend vom Reaktionsmodell gingen viele Arbeiten in den 2000ern auf Arbeitslosigkeit als Pushfaktor für Selbstständigkeit ein. Doch mit dem deutschen Wirtschaftsboom verlor das Thema Arbeitslosigkeit an Bedeutung und auch empirisch konnten Pushgründungen immer weniger nachgewiesen werden (Brixy et al 2011). Gleichzeitig zeigte sich, dass Nachbarschaften mit hoher Arbeitslosigkeit einen negativen Effekt auf die Gründungs- und Überlebenswahrscheinlichkeit von Migrantenunternehmen haben (Schunck u. Windzio 2009). Daher scheint die Annahme sehr plausibel, dass es einen Breakout von Migrantenunternehmen zum Mainstreammarkt gibt (Zentrum für Türkeistudien 1989; Pütz 2000; Parzer u. Czingon 2013).

Ordnet man die empirische Forschung entlang ihrer räumlichen Maßstabsebenen, können drei Ebenen unterschieden werden: Es finden sich Studien, die deutschlandweit die Strukturen migrantischen Unternehmertums untersuchen (Goldberg u. Şen 1997; Leicht et al. 2004; Brixy et al 2011; Leicht u. Langhauser 2014), Arbeiten, welche Migrantenökonomien ganzer Städte betrachten, ohne innerhalb dieser räumlich zu differenzieren (Schaland 2012) und Arbeiten, die migrantisches Unternehmertum in einzelnen Stadtvierteln betrachten (Kayser et al. 2008; Yildiz 2009; Taube und Borja 2011; Jonuz u. Schulze 2011; Bergmann 2013; Fürst u. Balke 2013).

Die ersten stadtsoziologischen und stadtgeographischen Arbeiten, die bestimmte Viertel untersuchen, finden sich bereits Ende der 80er Jahre (Blaschke u. Ersoz 1986; Ibba 1988; Scholz 1990). Und bis heute bewegen sich viele Arbeiten auf kleinräumiger Ebene und beschäftigen sich mit Netzwerken in lokalen Clustern oder mit benachteiligten Stadtteilen mit hohen Migrantenanteilen (Floeting et al 2004; Fischer-Krapohl 2010; Hillmann 2011; Yildiz 2011). Dabei können viele dieser Arbeiten, welche auf die lokale Ebene abzielen und das Phänomen unter dem Begriff der ethnischen Ökonomie fassen, durchaus in der US-amerikanischen Tradition der Enklavenwirtschaft gelesen werden.

Räumlich vergleichende Arbeiten auf Stadtteilebene finden sich dagegen nur selten. Am Beispiel Düsseldorfs zeigt Sommer (2012) für russische Unternehmen das Fehlen räumlicher Konzentrationen, Stein (2015) beschreibt für Stuttgart die gestadtweite Verteilung von migrantengeführten Unternehmen und Fischer-Krapohl (2010) zeigt am Beispiel türkischer Unternehmer in Dortmund deren Verteilung in der Stadt.

Neben den genannten Schwerpunkten werden drei weitere Themenbereiche verstärkt adressiert: Erstens sind sich viele Autoren einig, dass die bestehenden theoretischen Ansätze nicht ausreichen, um dem Phänomen gerecht zu werden (z.B. Schutkin 2000; Floeting et al 2004; Caner 2013). Dazu bestätigen verschiedene Studien in gesamtwirtschaftlichen

Analysen die große Heterogenität und Vielfalt migrantischen Unternehmertums (Goldberg u. Şen 1997; Leicht et al. 2004; Şen u. Sauer 2005). Zweitens werden Kulturalisierungen, wie sie zum Beispiel das Kulturmodell vornimmt, in der Debatte als Essentialisierung von kulturellen Zuschreibungen abgelehnt (Timm 2000; Pütz 2003). Drittens hat sich im Zuge des „cultural Turn“ auch die Sicht auf räumliche Zusammenhänge verändert. Neuere Studien reflektieren räumliche Zuschreibungen stärker und thematisieren „Migrantenviertel“ als Raumstereotype (Bergmann 2013; Yildiz 2013). Nichtsdestotrotz findet eine Öffnung des Blicks über Stadtviertel mit hohen Migrantenanteilen hinaus nur selten statt.

Empirischer Zugang zum Phänomen

Um die Thematik der räumlichen und ethnischen Nischen darstellen zu können, werden unterschiedliche Quellen genutzt. Zum einen wird auf bereits veröffentlichte Arbeiten des Instituts für Mittelstandsforschung (ifm) und zum anderen auf Primärdaten zurückgegriffen. Die Darstellung der räumlichen Verteilung von Migrantenunternehmen basiert auf drei Primärdatenquellen: Erstens auf einem geocodierten Datensatz aus Befragungen des ifm, zweitens auf einem geocodierten Auszug aus den gewerblichen Einträgen des Telefonbuches und drittens auf Daten der innerstädtischen Raumbearbeitung des Bundesinstituts für Bau-, Stadt- und Raumforschung (BBSR).

Grundlage für den Datensatz des ifm sind zwei Befragungen aus den Jahren 2013 und 2014. Diese Befragungsdaten enthalten jeweils Fälle für Unternehmen von Inhabern mit und ohne Migrationshintergrund (Berwing 2019a). Die Stichproben für die Befragungen wurden aus Auszügen aller gewerblichen Einträge des Telefonbuchs gezogen und namensanalytisch aufbereitet, um mit hoher Wahrscheinlichkeit Einträge von Unternehmern mit Migrationshintergrund zu erhalten (zur Methodik: Leicht et al. 2012).

Für die räumlichen Analysen wurden die Befragungen des ifm mit rund 2000 Fällen sowie eine namensanalytisch aufbereitete Telefonbuchstichprobe mit 40.000 Fällen geocodiert. Um mit diesen Daten dem Zusammenhang von räumlicher Verteilung, Wohnsegregation und migrantischen Unternehmertum auf den Grund gehen zu können, wurden zusätzlich die Daten der innerstädtischen Raumbearbeitung des BBSR (2007) genutzt. Dieser Datensatz enthält für 51 deutsche Großstädte Angaben zur Nationalität der Wohnbevölkerung, wobei die räumliche Auflösung der Daten bei Größe der Gebietseinheiten von durchschnittlich 7.800 Einwohner (BBSR 2019) liegt. Da der Migrationshintergrund von Kommunen unterschiedlich definiert wird, ist es nicht möglich den Anteil der Bevölkerung mit Migrationshintergrund als Indikator zu nutzen. Stattdessen wird deshalb die Staatsangehörigkeit verwendet. Für die Analyse konnten die Daten von 25 Städten genutzt werden von denen die Stadtteilgeodaten vorlagen. Diese Städte sind: Aachen, Augsburg, Berlin, Bochum, Bremen, Chemnitz, Dresden, Düsseldorf, Essen, Frankfurt a. M., Hamburg, Hannover, Heidelberg, Karlsruhe, Kiel, Köln, Ludwigshafen, Magdeburg, Mainz, Mannheim, München, Münster, Nürnberg, Stuttgart, Wiesbaden.

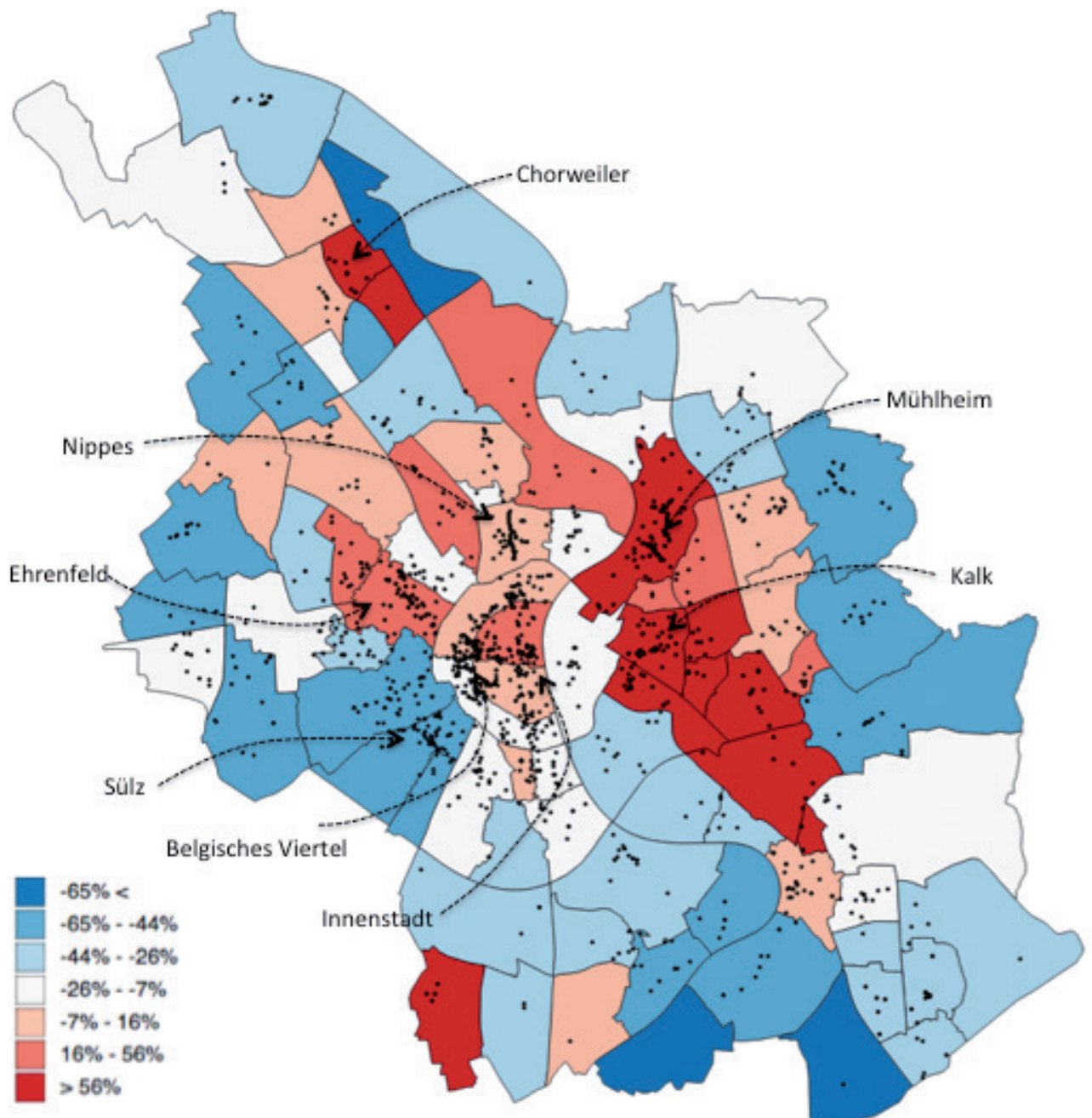
Alle drei Datenquellen, Telefonbuchauszug, Befragungsdaten des ifm und die Daten der innerstädtischen Raumbewachung, wurden in einem GIS zusammengeführt. Dadurch wurde es möglich, sowohl den Telefonbuchauszug als auch die Befragungsdaten mit Angaben zur Wohnsegregation zu versehen. Durch die Eingrenzung auf 25 Städte wurde die Zahl der Fälle in den Datensätzen verringert. Nach der Eingrenzung enthalten die Befragungsdaten 413 Fälle und der Telefonbuchauszug 11.793 Fälle. In einem letzten Schritt wurde in den 25 Städten für jeden der Stadtteile der Grad der Über- und Unterrepräsentation ausländischer Bevölkerung anhand des Ausländeranteils der jeweiligen Stadt berechnet.

Um zu bewerten wie Migrantenunternehmen ökonomische Teilhabe ermöglichen, wird auf Auswertungen aus drei Arbeiten von Leicht und Langhauser (vgl. 2014), Berwing (2018) sowie Berwing et al (2019b) zurückgegriffen.

Ökonomisch und räumlich jenseits der Nische

Einen ersten Eindruck von der räumlichen Verteilung migrantischen Unternehmertums im Vergleich zur Wohnsegregation bietet die Karte Kölns in Abbildung 1, die durch Namensanalyse (Schnell et al 2013) bestimmten Migrantenunternehmen

Abbildung 1: Räumliche Verteilung von Migrantenunternehmen in Köln



des Telefonbuchauszuges und die Wohnsegregation abbildet. An der roten Flächensignatur sind deutlich die rechtsrheinischen Stadtteile Mühlheim und Kalk sowie die linksrheinischen Stadtteile Ehrenfeld und Chorweiler zu erkennen, welche für ihre hohen Ausländeranteile bekannt sind. Bei den Punktsignaturen steht jeder schwarze Punkt auf der Karte für ein Migrantenunternehmen. Dabei sind Cluster in den Vierteln Mühlheim, Kalk und Ehrenfeld zu erkennen, aber auch in Stadtteilen mit wesentlich geringeren Ausländeranteilen wie z.B. der Innenstadt, dem Belgischen Viertel und Sülz. Die Karte Kölns lässt deshalb die Vermutung zu, dass Migrantenunternehmen räumlich diverser aufgestellt sind als gemeinhin angenommen wird.

Das Histogramm in Abbildung 2 bestätigt diese Vermutung. Das Histogramm bildet die Verteilung aller Migrantenunternehmen entlang der Unter- und Überrepräsentation der ausländischen Wohnbevölkerung in den Stadtteilen der 25 untersuchten Städte ab. Werte kleiner als Null bedeuten, dass in einem Stadtteil Ausländer gemessen am Ausländeranteil der Gesamtstadt unterrepräsentiert sind. Werte größer Null bedeuten, dass Ausländer in einem Stadtteil überrepräsentiert sind. Die Verteilung zeigt, dass sich der Gipfel der Verteilung bei Stadtteilen findet, in welchen Ausländer unterrepräsentiert sind. Vergleicht man die Verteilung links und rechts des

Gleichverteilungspunktes, dann befinden sich ca. 48 % der Unternehmen in Stadtteilen, in denen Ausländer unterrepräsentiert sind.

Wichtig für die weitere Betrachtung ist, da die onomastische Analyse lediglich eine Wahrscheinlichkeit von rund 60 % hat, wie aussagekräftig die für die Karte und Verteilung genutzten Telefonbuchdaten sind. Um die Verlässlichkeit abzuschätzen, wurden die Befragungsdaten des ifm genutzt, da in diesen der Migrationshintergrund enthalten ist. Der Vergleich (Tab. zur Abb. 2) der Befragungsdaten und der Telefonbuchdaten zeigt, bis auf kleinere Abweichungen, die Vergleichbarkeit der Verteilungen. Hierdurch ergibt sich eine kreuzweise Plausibilisierung der Daten. Die anzunehmende räumliche Gleichverteilung des Fehlers der onomastischen Analyse macht die Aussagekraft der Telefonbuchdaten bezüglich des Migrationshintergrundes der Unternehmer plausibel und die Telefonbuchdaten machen es plausibel, mit den Inhalten der Befragungsdaten weitere Aussagen über die räumliche Verteilungen zu machen.

Blickt man mit den Befragungsdaten auf die Frage der „ethnischen Nischen“, dann zeichnen die Ergebnisse ein ernüchterndes Bild. Ko-ethnische Kundschaft, also Kundschaft mit gleicher Herkunft wie der Inhaber oder die Inhaberin, macht in allen Gebietstypen bei 80 % der Unternehmen weniger als

Abbildung 2: Räumliche Verteilung von Migrantenunternehmen

Über- und Unterrepräsentation ausl. Bevölkerung	-65 % <	-65 %–44 %	-44 %–26 %	-26 %–7 %	-7–16 %	16 %–56 %	> 56 %
Telefonbuch	4,3	8,3	10,9	18,1	18,4	18,6	21,4
Befragung	3,3	9,2	11,1	17,2	18,8	19,2	21,2

Quelle: Geodatenatz, eigene Berechnung

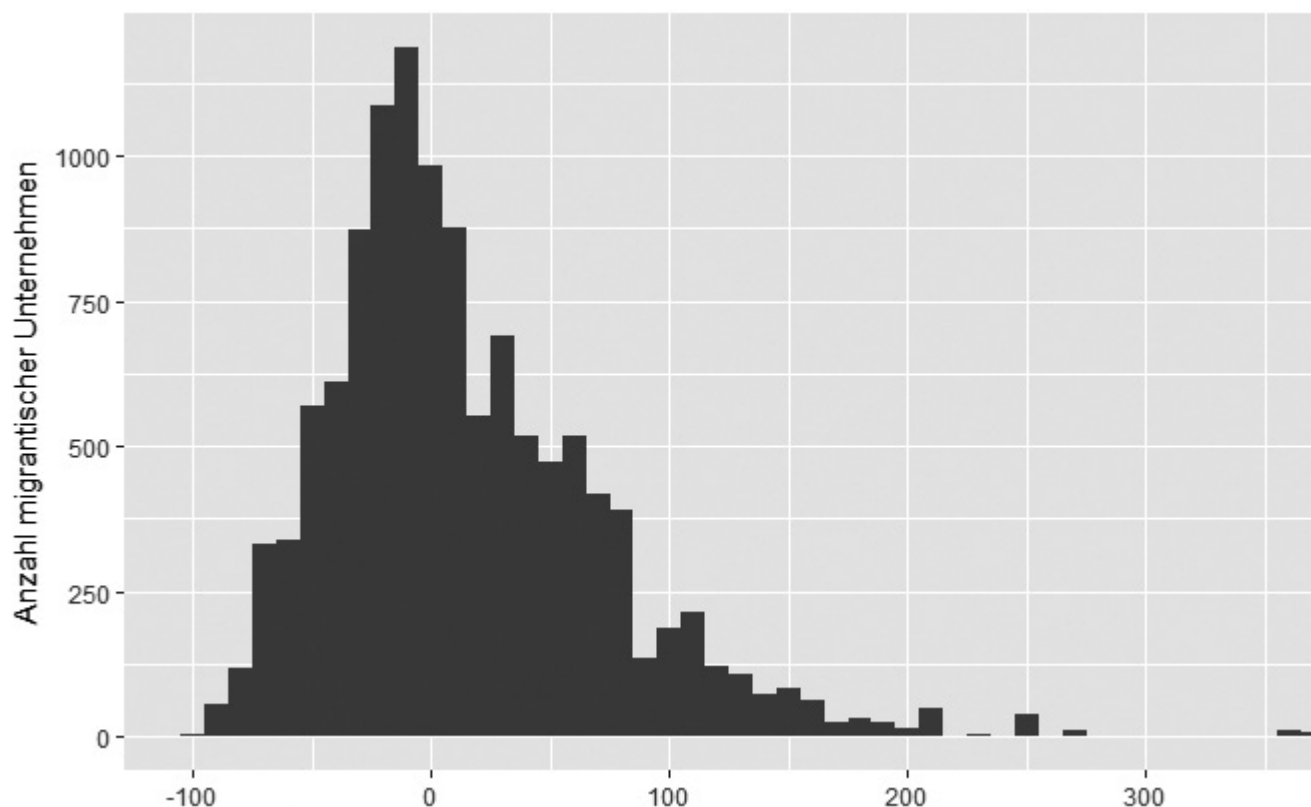
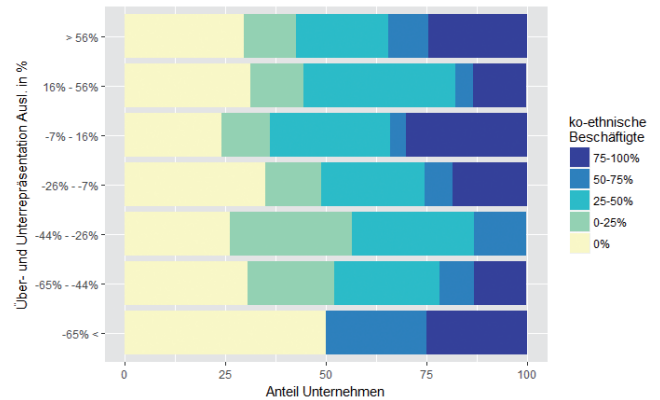
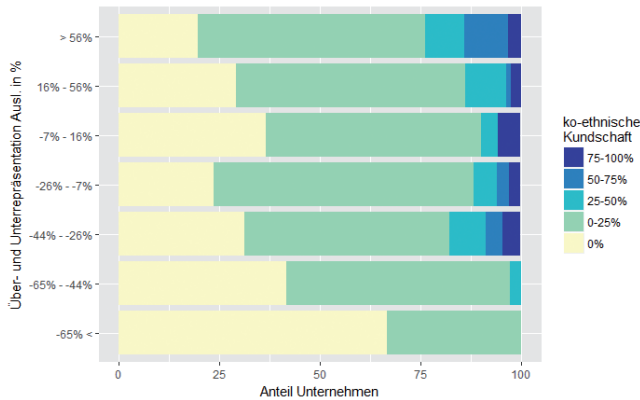


Abbildung 3: ko-ethnische Beschäftigung und Kundschaft



Quelle: Geodatenatz, eigene Berechnung

25 % der Kundschaft aus (Abb. 3). Selbst in stark segregierten Gebieten beträgt der Anteil der Unternehmen mit mehr als 50 % ko-ethnischer Kundschaft gerade einmal 14,2 %. Anders sieht es jedoch bei ko-ethnischer Beschäftigung aus. In der Regel finden sich in mehr als 50 % der Unternehmen mehr als 25 % Beschäftigte, die die gleiche Herkunft wie der Inhaber oder die Inhaberin haben. Dadurch ist diese Gruppe von Beschäftigten stark überrepräsentiert.

Bei ko-ethnischer Beschäftigung ist jedoch zu bedenken, dass eigentümergeführte Unternehmen häufig Familienbetriebe sind und ko-ethnische Beschäftigung durch Familienangehörige zustande kommen kann. Neben ko-ethnischen Mitarbeitenden beschäftigen Migrantenunternehmen besonders häufig weitere Mitarbeitende mit Migrationshintergrund (Berwing 2018). Dies schlägt sich auch bei der Beschäftigung von Geflüchteten nieder. So geben in einer Befragung des ifm aus dem Jahr 2017 16,3 % der Migrantenunternehmen an (n = 636), in den letzten drei Jahren Geflüchtete eingestellt zu haben, während dies nur bei 5,9 % der nicht-migrantischen Unternehmen (n = 200) der Fall ist (Abb. 4).

Im Rahmen der Diskussion des ökonomischen Nischendaseins von Migrantenunternehmen stehen diese im Verdacht, besonders häufig am Existenzminimum zu arbeiten. Dabei ist

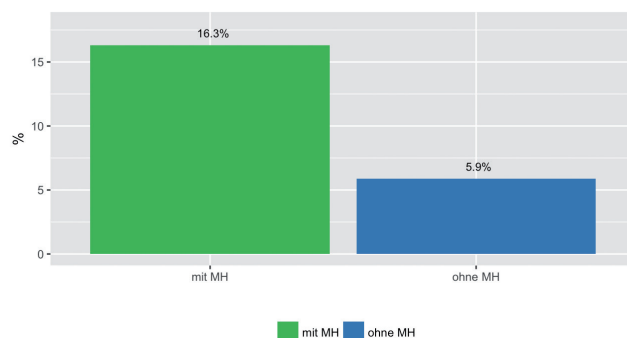
insbesondere die Frage nach der Einkommenssituation migrantischer Unternehmer von Interesse. Hierzu verglichen Leicht und Langhauser (2014) anhand des Mikrozensus die Nettoeinkommen von Selbstständigen und sozialversicherungspflichtig Beschäftigten und können zeigen, dass in Selbstständigkeit durchschnittlich höhere Verdienste erzielt werden als in abhängiger Beschäftigung. Allerdings zeigt sich auch, dass Unternehmer mit Migrationshintergrund deutlich geringere Einkommen erzielen (2.020 €) als Unternehmer ohne Migrationshintergrund (2.640 €). Diese Unterschiede weisen auf ein erhöhtes Prekariätsrisiko bei migrantischen Unternehmern hin. Ergebnisse von Berwing et al (2019b) bestätigen diesen Verdacht und zeigen, dass 25,1 % der Unternehmer mit Migrationshintergrund und 19,2 % der Unternehmer ohne Migrationshintergrund in prekären Verhältnissen selbstständig sind. Dieser Befund bedeutet aber auch, dass für die Mehrheit der Selbstständigen gute Verdienstchance bestehen. Nichtsdestotrotz wirtschaftet gleichzeitig eine große Minderheit von Unternehmern sowohl mit als auch ohne Migrationshintergrund in prekären Verhältnissen.

Empirische Herausforderungen für die Zukunft

Das größte Manko im Themenfeld migrantischen Unternehmertums ist die schlechte Datenlage. Die Probleme, die daraus entstehen, können an drei Datenbereichen festgemacht werden: a) den Daten zu Unternehmen, b) den Daten zu detaillierten Betriebsmerkmalen und c) den Daten zum räumlichen Kontext der Unternehmen.

Als Datenquelle für Unternehmer ist der Mikrozensus die wichtigste Datenquelle, die tiefgehende und differenzierte Analysen zulässt. Die hier vorgestellten Zahlen zu den Einkommen entstammen dem Mikrozensus und können als verlässlich erachtet werden. Problematisch bei den Einkommen ist aber, dass nicht abgeschätzt werden kann, wie Unternehmer ihre Sozial- und Rentenversicherung bestreiten. Es ist anzunehmen, dass eine nicht kleine Zahl von Unternehmern hier nur wenig Vorsorge betreibt. Wird dies einbezogen, ist in der Folge ein Zuwachs des Anteils prekären Unternehmertums sowohl bei Personen mit und ohne Migrationshintergrund anzunehmen.

Abbildung 4: Bereitschaft von Migrantenbetrieben (mit MH) und Nicht-Migrantenbetrieben (ohne MH) Geflüchtete einzustellen (Berwing 2018)



Geht es um detaillierte Betriebsmerkmale von Migrantenunternehmen kann lediglich auf Umfragedaten zurückgegriffen werden. Bei den Auswertungen zur ko-ethnischen Kundschaft und Beschäftigung entstanden deshalb Probleme, da die Fallzahlen der Befragungen in stark segregierten Gebieten sehr klein wurden und inhaltlich nur schwierig zu interpretieren sind. Im Bereich der Beschäftigung wären dazu wesentlich mehr Strukturdaten von Nöten (z. B. Daten zur Qualifikation, der Entlohnung und weiteren soziodemographischen Angaben der Beschäftigten), um die Arbeitssituation in Migrantenunternehmen besser einschätzen zu können.

Ebenfalls schwierig ist die Datenlage bei kleinräumigen Daten. Zwar ist der Datensatz der innerstädtischen Raumbewachung des BBSR ein enormer Fortschritt, doch eine noch größere Teilnahme von Kommunen und mehr Indikatoren wären bei diesem Datensatz wünschenswert. Geht es um die Standorte von Migrantenunternehmen, kann die hier vorgenommene Analyse nur als erster Versuch gewertet werden, der mit vielen Unwägbarkeiten bei den verwendeten Daten verbunden ist. Um die Ergebnisse zu überprüfen, sollten weitere Untersuchungen mit anderen Befragungsdaten oder dem Unternehmensregister vorgenommen werden. Dabei sollte speziell die räumliche Verteilung von Migrantenunternehmen mit der räumlichen Verteilung von Unternehmen von Inhabern ohne Migrationshintergrund verglichen werden.

Ein im Beitrag nicht adressiertes Problem ist Scheinselbstständigkeit. Mit den hier verwendeten Daten werden vor allen Dingen öffentlich sichtbare Unternehmen (Telefonbuch) und Unternehmer mit festem Wohnsitz in Deutschland abgebildet (Mikrozensus). Ein Großteil niedrigqualifizierter Scheinselbstständigkeit bleibt daher vermutlich ausgeblendet. Hier besteht dringender Forschungsbedarf in vergleichender Perspektive zwischen Personen mit und ohne Migrationshintergrund.

Arbeitsmarktintegration jenseits der Nische

Die hier vorgestellten Ergebnisse laufen den oft anzutreffenden Stereotypen über Migrantenunternehmen zuwider. So befindet sich nahezu die Hälfte der Unternehmen in Gebieten, in denen die ausländische Bevölkerung unterrepräsentiert ist. Ebenfalls setzt nur eine Minderheit der Unternehmen auf Geschäftsmodelle, die auf ko-ethnische Kundschaft zielen. Dies ist interessanterweise sogar in stark segregierten Gebieten der Fall. Beide Befunde zeigen, dass Migrantenunternehmen hinsichtlich Ihrer Kundenorientierung und ihrer räumlichen Verteilung längst jenseits von ökonomischen Nischen und räumlichen Enklaven agieren. Auch der generelle Prekaritätsverdacht unter dem Migrantenunternehmen stehen, lässt sich empirisch nicht bestätigen. Zwar sind Migrantenunternehmen stärker von Prekarität betroffen als die nicht-migrantische Vergleichsgruppe, die Unterschiede bewegen sich jedoch im niedrigen einstelligen Bereich.

Was bedeuten diese Befunde aber für die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten? Ein zentrales Argument, das gegen ethnische Nischenwirtschaft vorgebracht wurde, war, dass Nischen meist zu klein sind, um zu ökonomisch nachhaltigen Geschäftsmodellen zu führen (z. B. Parzer u. Czingon 2013). Aus diesem Grund ist für ökonomische Nachhaltigkeit die Öffnung hin zu Mainstreammärkten notwendig. Um aber in diesen Märkten bestehen zu können, müssen Gründer und Gründerinnen über ein breites Marktwissen verfügen. Dieses betrifft die rechtlichen und sozialen Institutionen von Wirtschaftsbranchen, die Bedürfnisse und Wünsche potenzieller Kundschaft und ganz basal, die für einen Markt notwendigen Sprachkenntnisse. Aus diesem Grund stellt sich die Frage, inwieweit Geflüchtete über diese Kenntnisse verfügen können, beziehungsweise wie schnell solche Kenntnisse erworben werden können. Gerade vor dem Hintergrund der hohen Scheiternsquoten von Gründern im Allgemeinen (Metzger 2018), scheint es unwahrscheinlich, dass diese Kenntnisse einfach oder schnell zu erwerben sind. Sicherlich muss für Geflüchtete mit unternehmerischem Potenzial der Weg zur Gründung offen stehen, doch für die meisten Neuankommenden scheint dies nicht ein nachhaltiger Weg in den Arbeitsmarkt zu sein.

Eine vielversprechendere Rolle scheint Migrantenunternehmen dagegen in ihrem Beschäftigungspotenzial zuzukommen. Migrantenunternehmen machen unter eigentümergeführten Unternehmen gut 20% aus und bieten 1,4 bis 1,9 Mio. Beschäftigten Arbeit (Leicht u. Langhauser 2014). Damit sind sie eine ernstzunehmende Größe auf dem Arbeitsmarkt. Wird die höhere Bereitschaft von Migrantenunternehmen, Geflüchtete zu beschäftigen, angesichts dieser Zahlen gelesen, dann zeigt sich ein vielversprechender Weg für die Arbeitsmarktintegration. Das Potenzial von Migrantenökonomien für die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten ist deshalb weniger in der Gründung von neuen Unternehmen zu sehen, als in der Beschäftigung von Geflüchteten in bereits bestehenden Migrantenunternehmen. Doch in ihrer Funktion als Arbeitgeber scheinen Migrantenunternehmen noch nicht als relevante Arbeitsmarkttakteure gesehen zu werden. Dies zeigt sich auch in einer mangelnden Unterstützung in ihren Bemühungen um berufliche Aus- und Weiterbildung sowie Nachqualifizierung (Werner et al 2016). In Anbetracht dieser Befunde scheint hier in Zukunft politischer Handlungsbedarf zu bestehen, um das aufgezeigte Potenzial für die Arbeitsmarktintegration von Geflüchteten heben zu können.

1 Teile dieses Beitrages erscheinen in anderer Fassung unter dem Titel „Migrantisches Unternehmertum in der Stadt: Tanzen, wo die Musik spielt“ in Henn, S.; Behling, M. und Schäfer, S. (2019): Lokale Ökonomie. Heidelberg: Springer.

Literatur

- BAMF (Hrsg.) (2018): Wanderungsmonitoring: Bildungs- und Erwerbsmigration nach Deutschland. Bericht für das erste Halbjahr 2018. Nürnberg: BAMF.
- BBSR (Hrsg.) (2007): Innerstädtische Raumbewachung: Methoden und Analysen. Berichte Bd. 25. Bonn: BBSR.
- BBSR (Hrsg.) (2019): Innerstädtische Raumbewachung (IRB): Dokumentation der Datensammlung. Bonn: BBSR.
- Bergmann, M. (2013): Die Sonnenallee in Berlin-Neukölln als hybrider Raum migrantischer Ökonomien. In: Schnur, O.; Zakrzewski, P. und Drilling, M.: Migrationsort Quartier: Zwischen Segregation, Integration und Interkultur, S. 151–165. Wiesbaden: Springer.
- Berwing, S. (2018): Weiterbildung in Migrantunternehmen: Herausforderungen, Potenziale und Gestaltungsmöglichkeiten. Institut für Mittelstandsforschung. Unveröffentlichter Bericht für das BIBB/BMBF.
- Berwing, S. (2019a): Entrepreneurial Figurations: The Example of Migrant Entrepreneurship in Germany. Historische Sozialforschung. Im Erscheinen.
- Berwing, S.; Isaac, A. und Leicht, R. (2019b): In: Conen, W. und Schippers, J.: Self-Employment as Precarious Work. Cheltenham: Edward Elgar. Im Druck.
- Blaschke, J. und Ersoz, A. (1986): The Turkish Economy in West Berlin. International Small Business Journal 4 (3): 38–45.
- Brix, U.; Sternberg, R. und Vorderwülbecke, A. (2011): Unternehmensgründungen von Migranten: Ein Weg zur ökonomischen und sozialen Integration. IAB-Kurzbericht 8: 1–8.
- Caner, A. (2013): Migration, Ethnische Ökonomie und Stadtentwicklung. In: Information zur Raumentwicklung, 5 (2013), 393–401.
- Fischer-Krapohl, I. (2010): Migrantenökonomie in der Stadt – Räumliche Verteilung, Potenziale und Good-Practice zur kommunalen Förderung. In: Matern, A.; von Löwis, S. und Bruns, A.: Integration – Aktuelle Anforderungen und Strategien in der Stadt-, Raum- und Umweltplanung. ARL Arb.material 353, S. 43–57. Hannover: ARL.
- Floeting, H.; Reimann, B. und Ila-Kristina Schuleri-Hartje, I.-K. (2004): Ethnische Ökonomie: Integrationsfaktor und Integrationsmaßstab. Berlin: Deutsches Institut für Urbanistik.
- Fürst, A. und Balke, J. (2013): Transnationales ethnisches Unternehmertum. Das Fallbeispiel türkischstämmiger Unternehmer in Duisburg-Marxloh. Raumforschung und Raumordnung 71 (3): 247–259.
- Goldberg, A. und Şen, F. (1997): Türkische Unternehmer in Deutschland. Wirtschaftliche Aktivitäten einer Einwanderungsgesellschaft in einem komplexen Wirtschaftssystem. In: Häußermann, H.; Oswald, I. und Beetz, S.: Zuwanderung und Stadtentwicklung. Leviathan Sonderheft 17.
- Heilbrunn, S.; Freiling, J. und Harima, A. (Hrsg.) (2018): Refugee Entrepreneurship : A Case-based Topography. Basingstoke: Palgrave Macmillan.
- Hillmann, F. (Hrsg.) (2011): Marginale Urbanität: Migrantisches Unternehmertum und Stadtentwicklung. Urban Studies. Bielefeld: Transcript.
- Ibba, B. (1988): Das Türkische Gewerbe im Wedding. Occasional Papers Geographie 4. Berlin.
- Jonuz, E. und Schulze, E. (2011): Vielfalt als Motor städtischer Entwicklung. Das Beispiel der Keupstraße in Köln. In: Bukow, W.-D.; Heck, G.; Schulze, G. und Yildiz, E.: Neue Vielfalt in der urbanen Stadtgesellschaft. 33–48. Wiesbaden: VS Verlag.
- Kayser, P.; Preusse, F.; Riedel, J. und Umbreit, B. (2008): Ethnische Ökonomie als Chance der Standortentwicklung. FHTW-Transfer 54. Berlin: FHTW.
- Leicht, R.; Di Bella, J.; Berwing, S.; Langhauser, M.; Leiß, M.; Philipp, M.; Volkert, M. und Werner, L. (2012): Bedeutung, Triebkräfte und Leistungen von Migrantunternehmen in Baden-Württemberg. ifm. Univ. Mannheim.
- Leicht, R., Humpert, A.; Leiss, M.; Zimmer-Müller, M.; Lauxen-Ulbrich, M. und Fehrenbach, M. (2004): Die Bedeutung der ethnischen Ökonomie in Deutschland. ifm. Univ. Mannheim.
- Leicht, R. und Langhauser, M. (2014): Ökonomische Bedeutung und Leistungspotenziale von Migrantunternehmen in Deutschland. WISO-Diskurs. Bonn, FES.
- Metzger, G. (2018): KfW-Gründungsmonitor 2018. KfW Research.
- Parzer, M. und Czingon, C. (2013): Break-out im türkischen Lebensmittelhandel: Neue Perspektiven auf die soziale Einbettung migrantischer Ökonomien. In: Österreichische Zeitschrift für Soziologie 38 (1): 55–75.
- Pütz, R. (2000): Von Der Nische Zum Markt? Türkische Einzelhändler im Rhein-Main-Gebiet. In: Escher, E.: Ausländer in Deutschland: Probleme einer transkulturellen Gesellschaft aus geographischer Sicht. Mainzer Kontaktstudium Geographie 6. Geograph. Inst., Johannes Gutenberg Uni.
- (2003) Berliner Unternehmer Türkischer Herkunft: 'Ethnic' Business?. In: Die Erde. 134 (3): 257–75.
- Schaland, A.-J. (2012): Selbstständige Migrantinnen und Migranten in deutschen Städten. In: Kraas, F. und Bork, T.: Urbanisierung und Internationale Migration: Migrantenökonomie und Migrationspolitik in Städten. S. 31–45. Baden-Baden: Nomos.
- Schnell, R.; Bachteler, T.; Reiher, J.; Trappmann, M.; Smid, M.; Becher, I. und Gramlich, T. (2013): Ein neues Verfahren für namensbasierte Zufallsstichproben von Migranten. In: Methoden, Daten, Analysen 7 (1): 5–33.
- Scholz, F. (1990): Die räumliche Ausbreitung türkischer Wirtschaftsaktivitäten in Berlin (West) – Schnellimbisse, Restaurants, Gemüseläden. Occasional Papers Geographie 5. FU Berlin.
- Schunck, R. und Windzio, M. (2009): Ökonomische Selbstständigkeit von Migranten in Deutschland: Effekte Der sozialen Einbettung in Nachbarschaft und Haushalt. Zeitschrift für Soziologie 38 (2): 113–30.
- Schutkin, A. (2000): Die berufliche Positionierung ausländischer Erwerbspersonen in Bayern. Regensburg: Diss. Uni. Regensburg.
- Şen, F. und Sauer, M. (2005): Türkische Unternehmer in Berlin: Struktur – Wirtschaftskraft – Problemlagen. Berliner Beiträge zur Integration und Migration. Berlin: Der Beauftragte des Senats von Berlin für Integration und Migration.
- Sommer, E. (2012): Russischsprachige Zuwanderer und ihre Ökonomie in Düsseldorf. In: Kraas, F. und Bork, T.: Urbanisierung und Internationale Migration. S. 31–45. Baden-Baden: Nomos.
- Stein, U. (2015): Die Struktur der Migrantenökonomie in Stuttgart – Sonderauswertung des Unternehmensregisters. Stadtforschung und Statistik 2 (2015): 46–52.
- Taube, J. und Borja, A. (2011): Afro-Shops. Eine Brücke zwischen verschiedenen Welten? In: Hillmann, F.: Marginale Urbanität. Bielefeld, Transcript.
- Timm, E. (2000): Kritik Der 'Ethnischen Ökonomie'. Prokla 30 (2): 363–76.
- Werner, L.; Leicht, R.; Münch, M. und Stegnos, E. (Hrsg.) (2016): Neue Herausforderungen für die Aus- und Weiterbildung in Migrantunternehmen. Wissenschaft trifft Praxis. Berlin: Logos.
- Yildiz, E. (2009): „Als Deutscher ist man hier ja schon integriert.“ Alltagspraxis in einem Kölner Quartier. In: Ders. und Mattausch, B.: Urban Recycling: Migration als Großstadt-Ressource. Basel: Birkhäuser.
- Yildiz, E. (2011): Stadt und migrantische Ökonomie: Kultur der Selbstständigkeit. In: Marginale Urbanität. S. 119–29. Bielefeld: Transcript.
- Yildiz, E. (2013). Die Weltoffene Stadt: Wie Migration Globalisierung zum urbanen Alltag macht. Kultur und Soziale Praxis. Bielefeld: Transcript.
- Zentrum für Türkeistudien (1989): Türkische Unternehmensgründungen von der Nische zum Markt?. Wiesbaden: VS Verlag.